

**Luci
DEL CINEMA ITALIANO**
La crisi
un film di Coline Serreau
in edicola il dvd
con l'Unità a € 9,90 in più

19
giovedì 5 aprile 2007

**Luci
DEL CINEMA ITALIANO**
La crisi
un film di Coline Serreau
in edicola il dvd
con l'Unità a € 9,90 in più

Unità 10 IN SCENA

Lo Sniffo due

CONTRORDINE COMPAGNI: RICHARDS NON HA SNIFFATO LE CENERI DI SUO PADRE. FORSE

Franca il sequel ci interessa poco, ma ve lo dobbiamo per dovere di cronaca: sulla vicenda di Keith Richards che si sniffa le ceneri di suo padre - emozionante - si sta stendendo un velo di ambiguità non sniffabile. Ieri mattina, circolava un'agenzia secondo la quale la manager dell'artista britannico spazzava la notizia nel cestino dei rifiuti. La signora, infatti, si sarebbe meravigliata per tutti quelli che sono riusciti a credere a questa boutade non lontana dallo scherzo. Forse ma forse.



Più tardi, ecco la ripresa del giornalista che avrebbe intervistato quel mattacchione di Richards: macché bufala - conferma - ho scritto esattamente quello che mi ha detto e proprio non scherzava, è entrato nei dettagli. Incertezza grande sotto il cielo del rock. In coda, luce sulla circostanza che potrebbe mettere tutti d'accordo: Keith Richards avrebbe tirato cocaina tagliata con la cenere del babbo mentre era sotto dall'alcol. Col che si dà pace chi non credeva allo scherzo e già vedeva lo sniffo di satana tra le rughe del volto del rocker: ubriachi si fanno un sacco di cretinate. Mentre chi preferiva credere, come noi, che ci fosse una bella curva paradossale in quel racconto già si annoia mentre ne scrive. Però, se c'è uno che potrebbe aver fatto quello che forse non ha fatto è proprio lui.

Toni Jop

SERBATOI INTERNET Adesso fa paura a un sacco di gente: chi controlla questo fiume ininterrotto di informazioni, immagini e non solo, prodotte al di fuori dei canali istituzionali? Ci trovate di tutto, dai teppisti ai creativi: è una discarica di vita

di Roberto Brunelli / Segue dalla prima

Chiedi ai colossi mediatici Nbc Universal e News Corp e digrigneranno i denti: non a caso hanno scatenato un'offensiva in grande stile nei confronti del video-portale (si dice così) recentemente acquistato da quell'altro grande «monstrum» mediatico che è Google, lanciando un proprio sito di video on-line, su cui potrai vedere vecchie puntate dei Simpson o qualche film quasi nuovo, il tutto nel tentativo di strappare a YouTube i suoi clienti, che sono tanti, e un bel po' di pubblicità. Senti quelli della Bbc, e vedi che hanno drizzato le orecchie permettendo a YouTube



La schermata di YouTube

BELLE STORIE Agente on-line gratis
Un tassista di Milano talent-scout per artisti

Un tassista cinquantenne di Milano, fa, gratis, l'agente on-line di giovani artisti emergenti e senza soldi. Per loro, e per amore di sua figlia Alessia, ha creato un portale, www.mychance.it, e adesso sta organizzando anche un concorso per bande rock. La storia sembra quella di un film: Paolo De Bernardinis è un quadro aziendale quando, ormai quarantenne, viene messo fuori dal sistema (dimissioni «spintanee», le chiama lui) durante una delle ristrutturazioni per fusione. Sceglie un lavoro autonomo come quello del tassista, occupandosi anche di organizzare la vita della famiglia e soprattutto della bimba piccola, che vorrebbe «sfondare» nello spettacolo. Alessia chiede al padre di produrle un disco ma Paolo le spiega che costa troppo: allora la ragazzina suggerisce qualcosa on-line. Tutto sembra un po' utopico, poi a causa di una grave malattia, per Paolo le cose importanti diventano altre e ha voglia di fare qualcosa di bello. Nasce www.mychance.it, il portale dove Paolo il tassista offre una platea a pittori e poeti, modelle e attori, musicisti e cantanti: «Tutti gli artisti possono inserire gratuitamente i loro provini, possono mettersi in mostra». Per giovani band emergenti, il tassista ha ideato un concorso, creando l'apposito sito www.angeliadelrock.com. Verranno selezionati 48 gruppi che, a maggio, saranno giudicati on-line. Alla fine 6 finalisti il 16 giugno si confronteranno alla «Bodeguita del Pilar» di Milano, dove sarà decretata la band vincitrice.

You Tube, brodo primordiale in rete

di trasmettere il materiale precedentemente andato in onda sul servizio pubblico di Sua Maestà. Chiedi ai capi di un altro gigante dell'entertainment, Viacom, e ti diranno che hanno denunciato YouTube per la «sistematica violazione dei diritti d'autore» e che hanno chiesto un miliardo di dollari. Di sicuro YouTube è un uragano. Un fenomeno che sta scardinando il nostro rapporto con le comunicazioni di massa, soprattutto con il tubo catodico, ossia la televisione. Chiunque può scaricare i suoi filmati su YouTube, e di conseguenza puoi trovarci qualsiasi

Colossi mediatici in guerra contro il mega portale
Questione anche di diritti d'autore: danni per miliardi

si cosa. Giovanotti giapponesi che suonano Bach su ululanti chitarre elettriche, psicopatici che discettano dell'asportazione dei loro testicoli, le immagini di Britney Spears diventata calva, bambini che cantano canzoni natalizie per la nonna che vive lontana, sdentati clochard che sibilano l'inno nazionale, gente che si mena per diletto, adolescenti che fanno sesso orale, benedizioni papali... di tutto di più, altro che la Rai. E altro che reality show: chi se ne frega di un gruppo di debosciati che se stanno lì ad annoiarsi su un divanetto se puoi vedere il vero filmato dei dirigenti del Nuovo Psi che se le danno di santa ragione? (È notizia di ieri: qualcuno ha infilato nel sito le immagini della maxirissa di sabato scorso all'Hotel Palatino, sotto lo sguardo esterrefatto di Gianni De Michelis, mentre partono prima i fischi e poi gli spintoni...). E chi se ne frega di tutte le chiacchiere sulla televisione che «fa accendere la realtà» tra mille telecamere, se gratuitamente sul tuo computerino di casa puoi accedere ad una sorta di infinito mosaico di realtà vera, brutta o bella che sia, inventata o ricostruita che sia, a bassa o ad alta risoluzione che sia: tutto quel che

vuoi, e anche molto di più. Gratis, oltretutto. È che YouTube fa paura. Le autorità thailandesi - anche questa è notizia di ieri - hanno bloccato l'accesso al sito a causa di un video ritenuto offensivo nei confronti del re Bhumibol Adulyadej, il cui volto è stato impropriamente «coperto» da due piedi di donna, cosa considerata molto grave in quel paese... Qualcuno ha scritto che se Internet è il vero volto della democrazia, YouTube è il suo non-plus-ultra. Fa paura, YouTube, anche perché si espande ad una velocità mostruosa, gettando nel panico qualche governo, che non ama tutte queste immagini in libertà, e qualche grossa multinazionale, che percepisce questo strano nuovo concorrente come una sorta di golem della multimedialità gratuita.

Fondato nel febbraio del 2005 da Chad Hurley, da Steve Chen e da Jawed Karim - tre ex dipendenti della PayPal men che trentenni - YouTube è diventato in appena due anni il sito con il tasso di crescita più imponente. Nel giugno dell'anno scorso, l'azienda ha annunciato che quotidianamente vengono visualiz-

zati circa 100 milioni di video, al ritmo di 65 mila nuovi filmati aggiunti ogni ventiquattrore. Si valuta che il sito conta circa 20 milioni di visitatori al mese. Fiutato l'affare, il più famoso motore di ricerca del mondo, Google, ha acquistato YouTube nell'ottobre scorso per 1,65 miliardi di dollari. E così fa paura, YouTube, non solo per le sue dimensioni, ma soprattutto perché qui si incontra ogni dimensione creativa immaginabile e possibile. Per la cronaca dei nostri giornali e dei tg è la Sodoma & Gomorra della scuola superiore italiana e lo specchietto di

Dai cretini che parlano dell'asportazione dei loro testicoli, ai cori dei bambini sul tavolo della nonna: milioni di filmati a disposizione

LA LOTTA Il 21 giugno giornata di sciopero di un centinaio di produttori del settore. In difesa della musica italiana e delle novità I discografici indipendenti: stop all'imperialismo di major e radio

Il 21 giugno, giorno della Festa Europea della Musica, più di 100 produttori discografici indipendenti per la prima volta sciopereranno contro i grandi network radiofonici e televisivi che non trasmettono più produzioni indipendenti ed emergenti e i dischi d'esordio dei nuovi artisti italiani, «danneggiando gli investimenti di ricerca e sviluppo del settore e tutta la nuova musica italiana». È l'iniziativa di protesta, la prima del genere in Italia, annunciata da Giordano Sangiorgi, presidente di AudioCoop e organizzatore del MEI (Meeting delle Etichette Indipendenti) che aggiunge: «a meno che nel frattempo non si avvii un tavolo di confronto con le associazioni radiofoniche per realizzare subito nuovi spazi a favore degli esordienti». Non serve uno sciopero contro le radio, che giustamente fanno quello che occorre per fare ascoltare, e quindi, maggior fatturato. Il problema è il

Music Control, un meccanismo che appiattisce la programmazione radiofonica e impedisce la promozione dei nuovi talenti della musica italiana: replica Dario Giovannini, Promotion & Marketing manager della Carosello Records, casa discografica indipendente che, tra l'altro, pubblicherà a maggio il nuovo album di Miguel Bosé (con duetti che vanno da Mina a Pausini, Shakira, Noa e Ricky Martin). Secondo Giovannini il problema sta nella mancata promozione delle nuove leve della musica italiana che «va risolto a livello legislativo, varando una legge sulla musica ad hoc che garantisca non tanto percentuali di musica italiana, visto che ci sono già alcune radio che lo fanno (Lattemiele, Solomusicaitaliana, Radio Cuore e Radio Italia). Vanno piuttosto garantiti gli spazi alla «nuova» musica italiana, ad artisti con al massimo un album pubblicato. Vasco Rossi non è eterno, per farlo esplodere

ogni nefandezza giovanile, ma in realtà YouTube è il collettore di un mondo immenso, un pozzo senza fondo di pezzi di realtà, magari deformata o dilatata o spezzettata o sovversiva, ma sempre realtà. È ignoti ragazzi che mettono in video, fruibili da ogni parte del mondo, le proprie performance musicali. Piccoli cortometraggi di fattura spesso strepitosa che fanno invidia ad alcuni dei maggiori nostri cineasti. Reperti d'archivio per appassionati e/o storici, musicali e non. Imitazioni di personalità politiche e imbarazzanti candid camera. I più bizzarri esperimenti scientifici. Frammenti del concerto di ieri sera degli Who o di Madonna o di chi volete voi. Il video (molto mosso) di Kate Moss che si fa di cocaina. Incidenti d'auto in una strada trafficata a Los Angeles.

Un mondo gibermetico che si espande come il big bang, insomma, in cui compaiono pure i filmati di Momo, la mitica cantautrice-performer lanciata da Piero Chiambretti al Dopofestival sanremese. Il suo successore su YouTube ha finito per scatenare la rabbia della Rai: era il 24 marzo, cliccavi sul video in questio-

ne («apri fondanella... chiudi fondanella»), e lo scopri «oscurato» con la scritta «this video is no longer available, due to a copyright claim by Rai, Radiotelevisione Italiana Spa» (in parole povere: a Viale Mazzini vogliono i diritti). Tra i tormentoni, ci limitiamo a segnalare lo straordinario «Coca Mentos Experiment»: si tratta di un'infinità di filmati con gente che mostra quel che succede se infili una caramella Mentos dentro una bottiglia di Coca Cola Light. E quel che succede è, a dir poco, sorprendente. Inquietante. Satanico, forse. Ma non è colpa di YouTube.

Ci sono persino i dirigenti del Nuovo Psi che si menano: altro che tg, altro che tv altro che reality siamo proprio noi

ci sono voluti anni, soldi e lavoro. Non sono tutti come Pausini e Ferro, che sono riusciti a fare in fretta». E, come per il cinema, occorrerebbe quindi una legge che favorisca gli investimenti sui nuovi artisti. Oltre a sottolineare che in Italia «ci sono solo 30 radio rilevate dal Music Control» e che «non sono coperte tutte le regioni italiane,

L'accusa: quattro grandi monopolizzano l'80% di share
Le radio fanno il loro gioco: serve una legge per difendere l'Italia

cosa che impedisce un' uniformità e una correttezza di giudizio», Giovannini afferma che sono quattro multinazionali, Universal, Sony-Bmg, Warner ed Emi, a monopolizzare lo share, in una percentuale di oltre l'80%. Inoltre, «senza il Music Control le radio farebbero una scelta più autonoma, sarebbero meno vincolate a suonare qualcosa che è già suonato dagli altri». «Il boicottaggio dei grandi network lo facciamo per lo stesso motivo - risponde a sua volta Sangiorgi riferendosi al Music Control - affinché le radio si sgancino da questo tipo di meccanismo, che è obsoleto. Noi invitiamo il 21 giugno a non ascoltare le radio che aderiscono a questi meccanismi di monitoraggio. Bisogna trovarne altri, come accade per l'Auditel, che ora indica anche le tv satellitari. Occorrono poi programmi tv in prime time che proponghino i dischi d'esordio di giovani artisti».